

Hörbar einfach

Die Stadt Stuttgart informiert seit Kurzem per Hör-Newsletter über Neuigkeiten aus dem Rathaus. Bislang nutzen nur wenige Verwaltungen das Medium für die Kommunikation mit dem Bürger. Dabei lässt sich der eigene Podcast ohne größeren Aufwand umsetzen.

Willkommen zum Stuttgart Podcast, dem akustischen Newsletter der Landeshauptstadt Stuttgart – rund zehnmal hat die Stadt Stuttgart seit November 2007 mit diesen Worten die Hörer ihres Podcasts begrüßt. Die Stadt ist bislang eine der wenigen Kommunen, die das Medium Podcast für die Informationsvermittlung einsetzen.

Die Idee für den Hör-Newsletter kam in der Stabsabteilung Kommunikation der Stadt Stuttgart erstmals im Frühjahr 2007 auf. Die Internet-Redaktion überlegte damals, welche Anwendung aus dem Web-2.0-Bereich sie für die Bürgerkommunikation nutzen möchte. Das Medium Podcast erschien sowohl aus personeller als auch aus zeitlicher und finanzieller Sicht am einfachsten umsetzbar. Etwa ein halbes Jahr wurde an der Konzeption des Podcasts gefeilt. So mussten unter anderem die Arbeitsprozesse für die Podcast-Produktion aufgesetzt werden. Zwar hat sich die Stadt bei der Umsetzung einige Tipps geholt, unter anderem von Social-Media-Berater und Podcaster Alexander Wunschel (siehe Interview, Seite 60), konzipiert wurde das Projekt aber vollständig inhouse. Das akustische Logo für den Hör-Newsletter, der Jingle,

wurde in Zusammenarbeit mit Studenten der Hochschule der Medien in Stuttgart entwickelt. Joachim Vögele, Online-Redakteur in der Internet-Redaktion der Stadt Stuttgart und hauptverantwortlich für die Produktion des Stuttgart-Podcast, sagt: „Wir haben uns ganz bewusst dagegen entschieden, unseren Podcast von einer Agentur produzieren zu lassen, auch wenn die Konzeptionsphase dann sicher kürzer gewesen wäre. Aber das Medium war für uns ja auch gerade deshalb interessant, weil man einen Podcast ohne großen Aufwand selbst umsetzen kann.“ Ein bisschen Herzblut gehöre aber schon dazu.

Produziert wird der 14-tägig erscheinende Hör-Newsletter in den Büroräumen der Internet-Redaktion. Das Tonstudio besteht aus einigen Schallschutzwänden, die sich die Kommunikationsabteilung laut Joachim Vögele selbst „zusammengebastelt“ hat, einem Aufnahmegerät und zwei Mikrofonen. Die Anschaffungskosten für das Equipment beziffert die Stadt auf etwa 1.000 Euro. Geschnitten werden die



Podcast-Produktion im Stuttgarter Rathaus.*

Ausgaben am eigenen Mischpult. Die Inhalte für den Podcast stammen von der Internet-Redaktion der Pressestelle und der Amtsblatt-Redaktion der Stadt Stuttgart. In der wöchentlichen Redaktionsbesprechung wird entschieden, welche Themen für die aktuelle Podcast-Folge relevant sind. Die Vorarbeit für die Texte läuft in der Regel im Tagesgeschäft der Redaktionen mit: Wird beispielsweise zu einem Thema ein Beitrag für die Website der Stadt geschrieben, verfasst der zuständige Redakteur möglichst auch gleich eine podcastgerechte Version des Textes. Insgesamt, schätzt Joachim Vögele, dauert die technische Produktion einer Podcast-Folge rund einen halben Tag.

* Claudia Frenzel, Joachim Vögele.

Für die Verbreitung ihres akustischen Newsletters nutzt die Stadt verschiedene Kanäle. So können die Nutzer den Podcast entweder direkt im Internet anhören, die aktuelle oder ältere Folgen auf ihren Rechner herunterladen oder den Podcast über einen RSS-Feed abonnieren, um ihn beispielsweise auf dem MP3-Player anzuhören. Auch in Podcast-Verzeichnissen wie iTunes oder Podster.de ist der Audio-Newsletter zu finden.

Für den Erfolg eines Podcasts sind aber nicht nur spannende Inhalte und eine möglichst breite Streuung verantwortlich, sondern vor allem auch die Moderation. Hier gilt es einen Mittelweg zu finden zwischen teurer Professionalität und Amateurhaftigkeit. Stuttgart hat vier Moderatoren für seinen Podcast, alle mit Sprecherfahrung. Joachim Vögele beispielsweise hat vor seiner Tätigkeit als Online-Redakteur einige Zeit beim Radio gearbeitet, Claudia Frenzel, Mitarbeiterin im Kulturamt der Stadt Stuttgart, war zuvor als Radioredakteurin tätig und hat eine Ausbildung zur Sprecherin absolviert. Renate Kuhn hat beim Hochschulradio Stuttgart Erfahrungen gesammelt und Wolfgang Tischer betreibt mit dem Literatur-Café auch einen eigenen Podcast.

Das Konzept der Stuttgarter kommt an. Auch wenn sich Janette Seiz, Leiterin der Internet-Redaktion in der Stabsabteilung Kommunikation, noch mehr Feedback

wünscht – die bisherigen Reaktionen der Hörer auf den Podcast sind durchweg positiv. Besonders gelobt wird die Rubrik „Vorgestellt: Wir im Rathaus“. Hier werden in kurzen Interviews verschiedene Abteilungen der Stadtverwaltung sowie Institutionen präsentiert. Die Bürger sollen so einen Blick hinter die Kulissen werfen können. Auch die Kurznachrichten und die Veranstaltungshinweise werden von den Hörern geschätzt. Ansprechen soll der Podcast grundsätzlich alle Bürger der Stadt und Region Stuttgart. Zudem ist der Newsletter ein Mittel der barrierefreien Kommunikation: Zum einen können natürlich Bürger mit Sehbehinderung das Medium nutzen. Zudem werden die Inhalte des Podcasts vertextlicht, sodass hörgeschädigte Menschen die Inhalte der aktuellen Folge auf der Webseite der Stadt nachlesen können. Im Internet finden sich darüber hinaus weitergehende Informationen und Links zu den Podcast-Beiträgen.

Anderen Städten, die ebenfalls einen Podcast planen, rät Janette Seiz, sich schon bei der Konzeption zu überlegen, ob sie einen Podcast finanziell und personell stemmen können. Besonders letzteres sei wichtig, da ein derartiges Angebot mit einer gewissen Regelmäßigkeit erscheinen sollte. „Es bringt relativ wenig, mit zwei Folgen zu starten, dann aber ein halbes Jahr lang nichts mehr zu tun“, meint Janette Seiz. Und Joachim Vögele fügt hinzu: „Ein gewisses Engagement und Vorwissen ist in jedem Fall von Vorteil. Wenn sich in der Kommunikationsabteilung der Stadt noch keiner der Mitarbeiter, egal ob beruflich oder privat, mit dem Thema Podcasting beschäftigt hat, wird man um eine professionelle Beratung nicht herumkommen“. Davon, ohne

Erfahrung und richtiges Konzept einen Podcast zu starten, rät Vögele ab: „Dann macht man viele Fehler, die dem Ganzen schaden können. Außerdem wird es dann schwierig, den Aufwand für die Podcast-Produktion richtig einzuschätzen.“

Dass das Projekt Podcasting handhabbar bleibt und sich die Stabsabteilung Kommunikation damit nicht überfordert, war auch in Stuttgart ein wichtiger Punkt, der bei der Planung immer im Auge behalten wurde. Die Kosten für das Projekt wurden möglichst niedrig angesetzt. Neben den einmaligen und überschaubaren Anschaffungskosten für die technische Ausstattung und die Erstellung des Jingles fallen als regelmäßige Ausgaben lediglich die Lohnkosten für die Redaktionsmitarbeiter und die Aufwandsentschädigung für die externen Sprecher an. Für Kommunen, die einen Podcast ebenso wie die Stadt Stuttgart völlig selbstständig umsetzen können, ist ein Audio-Newsletter also ein relativ günstiges Kommunikationsmittel. Entsprechend teurer wird es, wenn eine Agentur mit der Erstellung des Podcasts beauftragt wird.

Das Besondere am Stuttgart Podcast sei denn auch, so Janette Seiz, dass die Stadt es schaffe, ihn vollständig inhouse auf hohem Niveau zu produzieren. Zu sehr loben wollen die Stuttgarter ihren Podcast aufgrund der mangelnden Vergleichsmöglichkeiten aber nicht. Ihren Hör-Newsletter sehen sie als Werbung für das neue Medium. Janette Seiz: „Wir wollen dazu beitragen, dass Podcasting im kommunalen Umfeld weiter Verbreitung findet.“

Bettina Schömig

Link-Tipp

Der Podcast der Stadt Stuttgart kann heruntergeladen werden unter:

- www.stuttgart.de/podcast

Weitere Links finden Sie unter www.kommune21.de.